

D 283

23 апреля 1947 г.

Секция графики МОССХ.

Подсекция плаката.

Редакция издательства "Искусство"

**ИЗ СТЕНОГРАММЫ ЗАСЕДАНИЯ ПО ОБСУЖДЕНИЮ ПЛАКАТОВ
ПО СЕЛЬСКОМУ ХОЗЯЙСТВУ,
ВЫПУСКАЕМЫХ ИЗДАТЕЛЬСТВОМ "ИСКУССТВО"**

Председательствует А.А. Кокорекин.

Тов. Кокорекин: Товарищи, разрешите начать наше очередное заседание, связанное с обсуждением плакатов, которые выпускает Издательство "Искусство". В частности, сейчас у нас проходят плакаты по сельскому хозяйству.

Задача этого обсуждения, мне кажется, ясна – определить связь изобразительной творческой формы с решением данной темы и желание, в данном случае художников, покритиковать ту продукцию, которая выпущена издательством, с точки зрения формальных, что ли, моментов, с точки зрения изобразительной формы, с точки зрения связи с темой, решения этой темы. Тема, понятно, – образ.

В частности, я больше пока говорить не буду, в курс событий введет Н.М. Владимирский, – скажет, что это за плакаты, и что к чему.

Тов. Владимирский: Что мы – издательство – ожидаем от обсуждения этих плакатов? Всем известно, что сейчас главной задачей партия и правительство поставили перед всем народом, в том числе и перед нами, издательством и художниками, задачу скорейшего подъема, восстановления и дальнейшего расцвета нашего сельского хозяйства. И мы – издательство – по указанию ЦК нашей партии в этом году значительно увеличили план выпуска плакатов для сельского хозяйства. <...>

Нет совсем плакатов, которые разъясняли бы колхознику, какое важное место во всей системе нашего народного хозяйства, во всей системе социалистического строительства занимает сельское хозяйство, и какую огромную роль играет его добросовестный, творческий колхозный труд. Мы обращаемся к колхознику, часто не учитывая того эмоционального воздействия, которое оказывает плакат, не знаем адреса, к кому он обращается – к рядовому колхознику, бригадиру, председателю колхоза или районному земельному работнику. И для широкой массы эта тема – показать народнохозяйственное значение сельского хозяйства и тех конкретных задач, которые сейчас ставятся, – эта тема еще в плакате не решена.

Еще не решена в плакате и тема связи личных интересов колхозника с общественными интересами, с общегосударственными интересами. А это – тоже одна из центральных задач, которая поможет подъему урожайности, подъему всего нашего сельского хозяйства.

Помимо этих плакатов на общие темы мы видим здесь плакаты, перед которыми была поставлена более узкая задача: либо это плакаты, приуроченные к той или иной сельскохозяйственной кампании, – к севу, уборке, хлебосдаче, – либо это плакаты, посвященные той или иной сельскохозяйственной культуре.

Надо сказать, что здесь, за редким исключением, плакаты эти не носят конкретного характера, не дают такого образа, который мог бы колхозника взволновать и мобилизовать на конкретные действия, заставить работать с тем вдохновением, напряжением, которое требуется, с тем вниманием и организованностью. Причем, в целом ряде плакатов на такие конкретные темы сплошь и рядом имеются ошибки агротехнического порядка, и ошибки настолько серьезные, что они сводят на нет всё значение плаката. Не говоря о том, что некоторые плакаты сделаны с неправильной политической установкой. В частности, здесь лежит плакат о племенном скоте, который прямо противоречит указаниям, что сейчас надо ориентироваться на разведение не только племенного скота, но и на использование имеющегося поголовья, в целях возможно широкого количественного и качественного показателя.

Причем в этих плакатах на конкретные темы очень часто дан не ведущий, основной, главный и наиболее характерный трудовой процесс, а тот процесс и то положение центральных фигур, которые представляются художнику наиболее выгодными с точки зрения изобразительной или наиболее знакомы по имеющимся фотографиям.

И, наконец, ряд плакатов, которые популяризуют конкретный опыт отдельных передовиков сельского хозяйства, как плакат с капустой – Лебедевой, или лежащий на столе плакат о Дарье Гармаш¹¹¹⁵ – эти плакаты имеют большое пропагандистское значение, и некоторые из них, безусловно, свою роль выполняют, и издательство продолжает эту работу именно в этом направлении.

В чем основная причина тех недостатков, которые имеются сейчас у нас в плакате для деревни, и какие причины мешают созданию полноценного, высококачественного художественного плаката деревни?

Прежде всего, это отрыв художника от сельского хозяйства. Как бы мы внимательно ни читали газеты, как бы внимательно ни рассматривали фотографии, помещаемые в журналах или в картотеке хроники, художник, который не пожил и не познакомился тесно, близко с жизнью колхоза, не сможет создать подлинного, полноценного плаката.

¹¹¹⁵ Гармаш Дарья Матвеевна (1919–1988) – трактористка, прославившаяся в годы Великой Отечественной войны, когда организовала соцсоревнование бригад женщин-трактористок в СССР, лауреат Сталинской премии (1946 г.), Герой Социалистического Труда (1971 г.).

Мне вспоминается месяц, проведенный в передовом кабардинском колхозе перед войной, в период уборки. Прошло уже больше десяти лет, и впечатление, которое у меня осталось от проведенного там месяца, до сих пор еще волнует, когда вспоминаешь, насколько много нового, интересного и в человеческих отношениях, и в организации труда, и в конкретных результатах этого труда мне пришлось увидеть.

Я вспоминаю сейчас, скажем, такой факт, который нельзя выдумать и негде прочесть: бригадир допустил потерю при уборке овса, и вот на току в обеденный перерыв устраивают общественный суд колхозники, и этот взрослый, сильный человек сидит и слушает горькие слова, которые говорят товарищи по работе о допущенной ошибке. Собравшиеся кругом колхозники, огромные стога собранного хлеба – эта картина совершенно незабываемая по силе впечатления. <...>

Вот взять этот плакат – "Очистим поля от сорняков" – насколько он безразличен к тому, что он пропагандирует и агитирует! Впечатление, что этот плакат делался 25 лет тому назад. Это действительно сорняк, а не плакат. Чем он будет агитировать? – Нет ни изоформы, нет там культуры, нет композиционного решения. Если правильный плакат – "День летний год кормит" – в какой-то мере декоративен и имеет тенденцию украсить что-то, правда, тут говорили, что это гнилые овощи, – это вопрос уже формальный, о котором можно спорить, но принципиально все-таки это плакат, который имеет какую-то тенденцию хотя бы на какую-то красоту.

Ниже – плакат с коровой – "Разводите костромичек – новую русскую породу коров" – это, мне кажется, плакат специального назначения. Здесь, может быть, и нельзя предъявлять такие требования. А все-таки, как сделана корова? Мы знаем картину Пластова "Стадо", где тоже коровы и быки, – это картина, которую можно повесить в салоне. Вопрос большого качества. <...>

Тов. Бескин О.: Художник должен задаваться очень большой задачей, быть сценаристом в плакате; построить композицию плаката политического сложнее, иногда во много раз сложнее, чем построить композицию просто станкового произведения. Здесь вопросы композиции как раз объединяют с наибольшей стороны то, что мы о композиции говорим, что композиция есть переведенный на пластический язык, найденный смысл произведения. – Вот что такое композиция. И она в гораздо более, если так можно выразиться, оголенном виде выступает в плакате, в демонстративном виде выступает в плакате. И это хорошо, это дает композицию плакатную, дает то качество, о котором мы говорили.

Так вот, с точки зрения композиции, мне кажется, что тексты плакатов политически и пластически неправильно прочитываются художниками. Они очень часто изображают не то сказуемое, не тот глагол.

Действительно, давайте посмотрим: "Дадут колхозные сады народу вкусные плоды". Что изображено? – Изображена очень приятная девушка с корзиной фруктов. Но ведь смысл-то – дадут колхозные сады народу вкусные плоды.

Где задумчивость художника, с точки зрения композиции, о сущности этой фразы, этого лозунга? Я не берусь давать рецепт, как его нужно было решать. Но он решен не так, он решен примитивно, что хороший урожай – это много яблок, – вот что изображает плакат. Но ведь это тавтология! Потому что, конечно, хороший урожай – это много яблок. А ведь сущность во второй части фразы, и она никак не отразилась. Политическая сторона плаката в композицию не вошла, ибо самый примитивный путь, конечно, показать красивых девушек, которые сейчас заполнили все плакаты. Причем у них у всех одинаковые улыбки, у всех "одольные" рты (как на рекламе зубной пасты "Одоль"), и приятный этот "одольный" рот перешел как стандартный рот во все плакаты. <...>

Для меня лично в этом весь секрет – в ненахождении в образе политической, пластической сущности его. В плакате надо показать сложный ход мысли от примитива до связи этого народнохозяйственного плаката с народнохозяйственной политикой. Где здесь это? Где же здесь политика в одном из этих плакатов? – Ни в одном. С моей точки зрения, политики, как таковой, в этих плакатах нет. И иногда в плакат врывается бытовизм, который не соответствует опять-таки его текстовой стороне.

Вот надпись: "Родине хлеб сдаем сверх плана, а вы?" Чувствуете, какое слово – Родина, да еще инверсия такая литературная – Родине хлеб сдаем... Сидит мужичонка и смотрит с улыбкой на вас – "А вот я еду, а ты?" Это же кургузый бытовизм, который совершенно не выражает того торжественного пафоса, если хотите, который должен крыться в образе этого плаката.

И перекинемся к нему – тут просто анекдот. Весь плакат построен на том, что я должен понять, что этот указательный перст указывает вниз на надпись – "А ваш?" Причем стоит дядя – спокойный-спокойный, ему высоко наплевать, сдал он или нет. У него нет никакого человеческого переживания, а он говорит, что наш колхоз перевыполнил план, а вы?

(С места): Совесть спокойна.

Тов. Бескин О.: У него душа спокойная, а у редактора совесть спокойная. Все плакаты этого типа позаимствованы у покойного Д.С. Моора, но он все-таки сделал, а с чего он сделал? Забыли. Его этот перст – "А ты записался ли?" – меня укорял с плаката. А этот дядя – он может существовать или нет.

Я в сельском хозяйстве ничего не понимаю, понимаю кое-что в искусстве и кое-что в политике. Поэтому за ошибки прошу меня простить, но насколько я понимаю, художник должен корову сделать не гипсовую, а дать корову в её живом материале, в её живой фактуре, в шкуре, с волосом, с кровью, а вымя – розовое, приятное, нежное, кормящее, ласковое. А это же не вымя, а черт знает что! Просто испугаешься. А сколько израсходовано цветов, красок? Я боюсь сказать, но, вероятно, здесь 9 прокатов есть, если не больше.

(С места): Одиннадцать.

Тов. Бескин О.: Так вот, одиннадцать прокатов и такая корова! В 11 прокатов корову можно сделать такую, что она уйдет отсюда и будет ходить здесь. А тут – гипсовая. <...>

Тов. Штыкан: Я не хочу касаться вопроса разбора плакатов, это совершенно правильно. Правильны замечания специалистов, в частности, академика Якушина, который указывал на чисто агрономические погрешности и художественные достоинства того или иного плаката. Общая картина ясна. И не только сельскохозяйственный плакат. Эта тенденция сквозит и по другим отраслям.

Мне хотелось именно исходя из сегодняшнего обсуждения высказать ряд соображений, которые, по-моему, могут поднять плакат на более высокий уровень и, главным образом, сосредоточить внимание именно на сельскохозяйственном плакате. Зная, что сейчас проблема сельского хозяйства является проблемой весьма актуальной, думаю, что внимание не только плакатистов, но и всей секции, может быть, даже всего МОССХа должно быть сосредоточено на сельском хозяйстве.

В первую очередь говорилось, что художники не знают жизни деревни. Это бесспорно так и, думаю, что без знания этой жизни, конечно, плаката не создашь. Но этого мало. Тут правильно говорилось, что Пластов прекрасно знает жизнь колхоза, а плаката не создал. Давайте разберемся, в чем тут дело?

Мне кажется, во всех почти плакатах, главным образом – отсутствие мысли. Они сделаны механически, они сделаны, я бы сказал, формально с точки зрения мысли. Даже не с точки зрения искусства. С точки зрения искусства – даже формат не на высоте, а с точки зрения мысли – сделано формально, механически.

А ездить в колхозы – тоже нельзя так просто поехать и пописать, порисовать. Поехать надо глубоко изучив, во-первых, все партийные и правительственные решения в отношении сельского хозяйства, глубоко вникнуть в задачу, которая стоит перед сельским хозяйством, и оттуда черпать богатейший материал для создания плакатного образа.

Мне кажется, и сама работа издательства неправильно построена. Работает редактор, работает консультант и работает художник. Как будто эта троица является главным контингентом, который создает плакаты, но все они работают по-разному. Художник мыслит по-одному, консультант пристегивает к художнику те знания, которые он должен иметь по сельскому хозяйству, а редактор, естественно, политически и в целом направляет ход плаката. Мне кажется, в этом дело, именно исходя из того, что во всех плакатах отсутствует живая мысль, должно работать какое-то содружество людей, пусть это будет тематический совет, или как его назвать. <...>

Тов. Владимирский (заключительное слово): Мы делаем большую ошибку у нас в издательстве и здесь, когда всё, что мы выпускаем, выставляем в качестве плакатов. Фактически обстоит дело не так. А в силу штатных структур нашего издательства и т.д., ввиду того, что нет отдела, скажем, народной картинки, нет отдела лубка и т.д., мы, по сути дела, занимаемся тем, что выпускаем всякого рода изобразительную литературу, в частности, для деревни. В силу того, что нужно заниматься выпуском лубков – занимаемся мы. Так как никто не

выпускает иллюстративный плакат – выпускаем мы. И плакат – как агитационное средство.

Если сегодня мы обсуждаем плакат, то надо было выставить то, что мы считаем плакатом. А другую продукцию можно было обсудить отдельно. И в практике так оно и получается, и так это и будет пока – без разграничения. И в системе МОССХа, полагаю, что вопросом о лубке никакая другая секция не занимается, вопрос о лубке для деревни, я думаю, должен иметь инициативу отсюда.

Практически перед нами стоит большая задача: ЦК и правительство поставили задачу – в течение 5–6, максимум 10 дней, создать серию плакатов к уборочной кампании и хлебосдаче. Вопрос очень серьезный. <...>

Я думаю, что в результате совещания, которое было в ЦК партии с участием группы наших художников, это дело получит должное направление. И еще необходимо <организовать> показ наших плакатов у колхозников. Это может дать иное представление о том, что хочет колхозник. В результате этого мы подойдем к тому, что действительно создадим плакат нашей колхозной деревне, достойный нашей эпохи.

У нас два вопроса – за короткий срок надо сделать серию плакатов к уборке с учетом замечаний, которые сделаны. Нам сейчас нельзя ехать в колхоз, потому что уборки нет, нельзя думать с консультантами, а надо сделать яркие эмоциональные плакаты, чем вызвать у колхозников дополнительный трудовой энтузиазм к труду. Причем эта уборочная кампания будет вестись накануне 30-летней годовщины Октября. И мы будем видеть, что дает страна к величайшему своему празднику. <...>

РГАНИ. Ф. 2943. Оп. 1. Д. 1982. Л. 1, 4–5, 7–11, 22 об., 23, 29, 31.